

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**



Disusun oleh:

CENDY STEFANUS PAURAN
0912010186 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur Untuk
Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

CENDY STEFANUS PAURAN
0912010186 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX
DI SURABAYA**

USULAN PENELITIAN

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur Untuk
Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

CENDY STEFANUS PAURAN
0912010186 / FE / EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2014**

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX
DI SURABAYA

Disusun Oleh :

Cendy Stefanus Pauran
0912010186 / FE / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Februari 2014

Pembimbing :
Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS.
NIP: 195010121985032001

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS.
NIP: 195010121985032001
Sekretaris

Dra. Ec. Luky Susilowati, MP
NIP: 195602171988032001
Anggota

Dra. Ec. Siti Aminah, MM
NIP: 196107121988032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dra. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP: 196309241989031001

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA
MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX
DI SURABAYA**

Yang diajukan

Cendy Stefanus Pauran
0912010186 / FE / EM

Telah disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS.
NIP: 195010121985032001

Tanggal :

Mengetahui,
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Drs. Ec. R.A. Suwaidi, MS.
NIP: 196003301986031003

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX DI SURABAYA

Yang diajukan

Cendy Stefanus Pauran
0912010186 / FE / EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS.
NIP: 195010121985032001

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP: 196509071991031001

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX DI SURABAYA

Yang diajukan

Cendy Stefanus Pauran
0912010186 / FE / EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS.
NIP: 195010121985032001

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP: 196509071991031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Merek Yamaha Jupiter MX di Surabaya” skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini seringkali menghadapi hambatan dan keterbatasan dalam berbagai hal. Namun, karena dorongan dan bimbingan yang telah diberikan berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran ‘Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, SE, MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen.
4. Ibu Dra. Ec. Nur Mahmudah, MS. sebagai dosen pembimbing dalam pembuatan laporan ini dan dengan kebijaksanaan dan waktu yang telah memberikan dorongan, bimbingan serta saran sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Ugy Soebiantoro, SE.M.M. sebagai dosen pembimbing pendamping dalam membuat laporan ini dan dengan kebijaksanaan telah memberikan dorongan, bimbingan serta saran sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya yang secara langsung atau tidak langsung memberikan masukan yang baik bagi penulis dalam menulis laporan Praktek Kerja Lapangan.
7. Orang tua serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan moril.
8. Teman-teman Angkatan 2009 yang selalu ada untuk membantu dan bertukar pikiran.
9. Sahabat-Sahabat GTS yang selalu memberikan hiburan dan kebahagiaan.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan doa dalam penyelesaian laporan ini.

Akhirnya, penulis menyadari bukan hal yang tidak mungkin apabila skripsi ini jauh dari sempurna, dan dengan rendah hati bersedia menerima segala saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya penulis dan laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan para pembaca pada umumnya.

Surabaya, Januari 2014

PENELITI

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.3 Kualitas Produk	14
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.3.2 Definisi Kualitas Produk	15
2.3.3 Klasifikasi Produk	15
2.3.4 Definisi Manfaat Produk	17
2.3.5 Indikator Kualitas Produk	21

2.4	Harga	21
2.4.1	Pengertian Harga	21
2.4.2	Peranan Harga	22
2.4.3	Tujuan Penetapan Harga	22
2.4.4	Faktor-faktor Yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Penetapan Harga ..	23
2.4.5	Metode Penetapan Harga	24
2.4.6	Indikator Penetapan Harga	24
2.5	Keputusan Pembelian	25
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.5.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.5.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.5.4	Jenis-Jenis Perilaku Pembeli	27
2.5.5	Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	28
2.5.6	Indikator Keputusan Pembelian	30
2.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.7	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8	Kerangka Konseptual	32
2.9	Hipotesis	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	34
3.1.2	Pengukuran Variabel	36
3.2	Populasi dan Sampel	37

3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Jenis-jenis Data	38
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.3 Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
3.4.1 Teknik Analisi	38
3.4.2 Pengujian Hipotesis	53
3.4.3 Kerangka Model Pemikiran	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.2 Visi dan Misi	59
4.1.2.1 Visi	59
4.1.2.2 Misi	59
4.1.3 Gambaran Umum Responden	60
4.1.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	60
4.1.3.2 Responden Berdasarkan Usia	61
4.1.3.3 Responden Menurut Pekerjaan	62
4.2 Deskripsi Variabel	63
4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)	63
4.2.2 Deskripsi Variabel Harga (X2)	65

4.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
4.3 Deskripsi Hasil Analisis dan Uji Hipotesis	68
4.3.1 Pengujian Model (Outer Model)	68
4.3.1.1 Outer Loading (Model Pengukuran dan Validitas)	68
4.3.2 Average Variabel Extracted (AVE)	69
4.3.3 Reliabilitas	70
4.3.4 Result For Outer Weights	71
4.3.5 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	71
4.3.6 Uji Outlier	74
4.3.7 Model Pengukuran PLS (Partial Least Square)	75
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
4.4.2 Pengaruh Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Persaingan sepeda motor nasional di Indonesia	7
Tabel 1.2 Tabel Persaingan dari berbagai merek sepeda motor Nasional	9
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia	61
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan	62
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X1)	63
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga (X2)	65
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4.7 Outer Loading	68
Tabel 4.8 Average Variance Extracted	69
Tabel 4.9 Reliabilitas Data	70
Tabel 4.10 Data Results For Outer	71
Tabel 4.11 R-Square	72
Tabel 4.12 Result For Inner Weights	73
Tabel 4.13 Uji Outlier	74
Tabel 4.14 Uji Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis PLS	45
Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur untuk PLS	46
Gambar 4.1 Model Pengukuran PLS Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX DI SURABAYA

Oleh :

Cendy Stefanus Pauran
NPM 0912010186 / FE / EM

ABSTRAKSI

Pada era globalisasi persaingan dunia usaha semakin kompetitif yang berakibat setiap perusahaan untuk menjadi pemenang dalam memasarkan produknya. Seiring dengan semakin bertambahnya populasi manusia, berkembangnya teknologi yang semakin canggih, sangat berpengaruh kepada pemenuhan kebutuhan terutama kebutuhan transportasi, khususnya kendaraan roda dua atau sepeda motor. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif yaitu produk Yamaha Jupiter MX yang memiliki keunggulan dan ciri khas tersendiri dibanding kendaraan jenis lainnya. Sepeda motor Yamaha Jupiter MX cukup diminati konsumen karena memiliki keistimewaan yaitu pendingin mesin dan mesin 135cc yang baik sehingga mampu meraih pangsa pasar yang luas, tetapi selama beberapa tahun terakhir ini Yamaha Jupiter MX mengalami penurunan dan perlu melakukan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor merek Yamaha Jupiter MX di Surabaya.

Teknik pengumpulan data adalah dengan penyebaran kuisioner kepada para pemilik dan pemakai sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Surabaya. Teknik penentuan sampel yaitu karena ada 11 indikator maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $(11 \times 6 = 66)$, maka sampel yang digunakan sebesar 66 responden. Metode penelitian ini menggunakan Metode Sampling Aksidental, yaitu penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat dijadikan sebagai sumber data. Pada tahap analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis partial least square (PLS) untuk membantu pengujian model ini.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh (positif) dan variabel harga memiliki pengaruh (positif) terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi persaingan dunia usaha semakin kompetitif yang berakibat setiap perusahaan untuk menjadi pemenang dalam memasarkan produknya. Seiring dengan makin berkembangnya populasi manusia, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat, sangat berpengaruh kepada pemenuhan kebutuhan terutama kebutuhan transportasi, khususnya kendaraan roda dua atau sepeda motor. Banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis sepeda motor hadir untuk memenuhi kebutuhan berkendara masyarakat, sehingga mengakibatkan timbulnya persaingan antara perusahaan sejenis dalam menyajikan keunggulan produknya dalam merebut perhatian konsumen. Di tengah ketatnya persaingan tersebut, banyak berbagai pihak berlomba-lomba dan berusaha untuk melakukan kebijakan-kebijakan bisnis untuk meraih pangsa pasar yang diinginkan.

Kekuatan pasar saat ini berada di tangan konsumen, dimana yang memegang peranan penting dalam menentukan pilihan dan memutuskan pembelian produk yang dibutuhkan adalah konsumen. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor-faktor tersebut adalah kualitas produk dan harga.

Pada dasarnya semakin banyak persaingan maka akan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk memiliki sebuah produk yang sesuai dengan harapan dan keinginannya. Tingkat persaingan dunia usaha di era globalisasi saat ini sangat ketat, hal ini dapat diketahui karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk

dapat merebut market share. Perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan memenangi persaingan, serta tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai (Lupiyoadi, 2006:62). Setiap produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan selalu terdapat diferensiasi yang menjadi ciri atau karakteristik produk bagi perusahaan tersebut. Unsur-unsur produk dipandang penting dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian meliputi harga, kualitas, jaminan (garansi) dan keandalan produk tersebut (Sutrisna, 2001:46).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian pelanggan, ada yang berani mengeluarkan uang yang cukup mahal asalkan kualitas terjamin, tapi seringkali yang diinginkan pelanggan adalah produk tersebut memiliki harga yang murah namun memiliki kualitas yang tinggi. Lukman hakim (2005; pada Cronin & Taylor, 1992; Pasuraman Zeithaml & Berry 1996) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas produk seringkali menjadi acuan utama dalam membangun strategi pemasaran dan ikut menentukan keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan. Al Ries (2000:50) menegaskan bahwa kualitas produk adalah sebuah konsep yang memiliki ribuan pengikut. Cara untuk menciptakan merek yang baik menurut logika, adalah dengan menciptakan produk yang kualitasnya lebih baik.

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak di berbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan Brand Image (citra merek) produk yang mereka miliki. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya

yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk atau manfaat produk. Dengan adanya kualitas yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik suatu produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Disinilah kita melihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan brand image (citra merek) dari produk tersebut.

Dalam pemasaran dikenal bahwa sebelum konsumen melakukan pembelian ada tahap dimana konsumen memiliki minat membeli suatu produk atau jasa, kemudian konsumen melakukan keputusan pembelian, selanjutnya ada proses yang dinamakan tingkah laku pasca pembelian yang didasarkan rasa puas dan tidak puas. Konsumen sebagai sasaran pemasaran perusahaan selalu menentukan sendiri apa yang hendak dibelinya, banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menilai, memilih, dan membeli suatu produk. Perilaku konsumen terhadap produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan konsumen terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap pengalaman masa lalu konsumen. Berkaitan dengan keinginan konsumen untuk membeli dikenal istilah minat beli. Minat beli merupakan bagian konsumen dari proses menuju kearah tindakan pembelian yang dilakukan konsumen.

Seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi yang maju, kualitas yang ada pada sepeda motor Yamaha Jupiter MX dapat dikategorikan dapat menarik perhatian masyarakat luas, dilihat dari pilihan warna yang variatif dengan tampilan warna yang lebih dinamis, Yamaha Jupiter MX cocok digunakan oleh kalangan muda dan sangat diminati. Motor merupakan salah satu alat transportasi yang dibutuhkan masyarakat luas. Hal ini menjadikan perusahaan-perusahaan otomotif saling berlomba untuk menghasilkan motor yang mampu memenuhi

kebutuhan, keinginan dan selera konsumen serta menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen pada umumnya.

Harga merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran, James C. Anderson, James B.L. Thomson, dan Finn Wynstra (2000) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kombinasi nilai dan harga tidak terlepas dari keputusan pembelian. Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi pelanggan dalam memutuskan pembeliannya, pelanggan akan membandingkan harga dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk, serta jumlah uang yang harus mereka keluarkan. Hal ini akan membuat harga pada suatu produk menjadi salah satu hal yang dikenali oleh pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri otomotif, berupa penjualan dan service motor merek Yamaha yang terkenal di Indonesia. Produk motor merek Yamaha yang dipasarkan oleh perusahaan Yamaha memiliki kelebihan dan ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kendaraan jenis lain. Hal ini telah menjadi kebijaksanaan pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang dipasarkan dapat menembus pasar, serta mampu meraih pangsa pasar yang luas.

Untuk itu, maka tujuan untuk meningkatkan produk terutama bentuk, tipe, serta daya tahan dan merek yang dipasarkan harus dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Kebijakan produk juga dilakukan dalam menghadapi kejenuhan dari suatu jenis maupun tipe produk olehnya itu diadakan pembaharuan model maupun kapasitas yang dimiliki jenis produk tersebut. Perkembangan perusahaan yang pesat membuat pemilik memperluas usaha dengan membuka penjualan, dealer-dealer resmi Yamaha, bengkel-bengkel resmi Yamaha, dan pemeliharaan sepeda motor yaitu memberikan servis gratis pada setiap kendaraan dan dengan melihat respon yang begitu besar

akhirnya mulailah dibuka penjualan, dealer, bengkel, dan pemeliharaan dengan mendirikan jaringan dan servis di kota-kota besar dan juga di daerah-daerah.

Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap price, product, promotion, place dan marketing mix yang diterapkan oleh perusahaan selama ini. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Maka para pengusaha harus jeli dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasar.

Selain harga faktor lain yang berpengaruh, dalam keputusan pembelian adalah desain produk. Masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain produk motor saat ini sangat beraneka ragam, mengingat perkembangan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam terhadap desain produk. Masing-masing produk motor memiliki keunggulan dan keistimewaan masing-masing. Hal inilah yang pada akhirnya menyebabkan konsumen dihadapkan pada pilihan yang beragam karena banyaknya produk motor yang beredar di pasaran dengan keistimewaan masing-masing

Saat ini persaingan motor sangat ketat sekali, dari model yang Skutik, Sport hingga motor Bebek. Perusahaan memiliki unggulannya masing-masing, ada perusahaan yang unggul di bidang motor Bebek dan motor Skutik, dan ada juga perusahaan yang unggul di bidang motor Sport dan motor Skutik. Dan perusahaan

motor Yamaha ini terbilang unggul di bidang motor Sport dan motor Skutik, dan Yamaha masi kalah bersaing dengan kompetitor terdekatnya dalam bidang motor Bebek.

Produk Yamaha Jupiter MX yang memiliki desain dan keunggulannya masi cenderung kurang digemari Masyarakat Indonesia karena motor ini masi kalah dengan produk dari Yamaha lainnya yaitu Jupiter Z dan kompetitor abadinya seperti Honda Supra dan Honda Revo, padahal motor Yamaha Jupiter MX ini cukup nyaman untuk dibuat bepergian dalam maupun luar kota dan modelnya pun yang tidak terlalu besar bisa bergerak cepat di tengah padatnya lalu lintas. Menurunnya minat beli konsumen terhadap Yamaya Jupiter MX, dikarenakan Yamaha selalu berusaha memperkenalkan produk-produk yang bisa menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia, misalnya seperti menciptakan motor Sport, Skutik dan motor Bebek lainnya. Yamaha juga merupakan perusahaan yang menyediakan fitur, desain eksterior dan interior cukup lengkap, sehingga konsumen di negara ini memiliki banyak pilihan yang sesuai dengan kebutuhan.

Banyak produk motor yang memasarkan dengan kualitas motor yang baik, namun konsumen masi sedikit yang tertarik dengan Yamaha Jupiter MX tersebut, karena saat mengembangkan Yamaha Jupiter MX, Yamaha memasukkan berbagai model baru untuk menghasilkan pilihan yang lebih menarik dan lebih banyak. Dari berbagai kualitas produk Yamaha inilah banyak diminati konsumen dan mengalami peningkatan yang pesat. Pengertian mengenai kualitas produk tidak lagi mengacu kepada kualitas intrinsik sebuah barang. Produk telah mengadopsi banyak denominator bagi hasil akhir yang disebut kualitas.

Sehingga kini di segmen motor Yamaha terdapat beragam varian seperti Mio, Mio Soul, XEON, V-ixion, BYSON, Scorpio Z, Jupiter Z, Jupiter MX, dan Vega Z R.

Berikut ini adalah hasil penelitian Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia yang dimana penjualan motor Yamaha di Indonesia dalam tiga tahun terakhir, ditahun 2010 penjualan motor Yamaha mencapai 3.345.680 unit, lalu tahun 2011 penjualan motor Yamaha mencapai 3.136.073 unit, dan tahun 2012 penjualan Yamaha mencapai 2.433.354 unit.

Dari berbagai motor yang terdapat di Yamaha, motor Skutik seperti Yamaha Mio, Mio Soul dan motor Sport seperti Yamaha V-ixion mendominasi pasar penjualan motor Yamaha dalam tiga tahun terakhir.

Berikut ini Tabel 1.1 adalah data persaingan sepeda motor nasional di Indonesia dari tiga perusahaan otomotif dalam tiga tahun terakhir :

Tabel 1.1

Tabel Persaingan sepeda motor nasional di Indonesia dari Tahun 2010-2012

Data Penjualan Sepeda Motor Nasional								
Tahun 2010			2011			2012		
Merek	Unit	Market Share (%)	Merek	Unit	Market Share (%)	Merek	Unit	Market Share (%)
Honda	3.418.632	46,21	Honda	4.273.888	53,3	Honda	4.092.693	57,31
Yamaha	3.345.680	45,22	Yamaha	3.136.073	39,1	Yamaha	2.433.354	34,07
Suzuki	526.003	7,07	Suzuki	493.125	6,2	Suzuki	465.630	6,52

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan yang di alami oleh Yamaha pada tahun 2011 dan 2012 dibandingkan dengan merek pesaing lainnya yang penjualannya terus meningkat. Dari seluruh penjualan nasional pada tahun 2010, Honda dan Yamaha mendominasi atau laris manis. Gabungan keduanya

menikmati porsi (91,4 persen). Honda memimpin dengan meniadakan 3.418.632 unit atau menguasai (46,21 persen). Andalan utamanya, bebek dengan penjualan 1.696.411 unit atau menguasai pangsa (48,4 persen). Yamaha menempel ketat dengan 3.345.680 unit (45,22 persen). Merek ini unggul untuk dua kategori, yaitu skutik 1.661.496 unit (49,2 persen) dan sport 260.767 unit (50,2 persen). Dan kemudian diikuti dengan Suzuki yang selalu berada di bawah Honda dan Yamaha.

Dan pada tahun 2011 Honda menguasai penjualan dengan total penjualan 4.273.888 unit, naik 25,1 persen dari tahun lalu dan menguasai pangsa pasar sebesar 53,3 persen. Sedangkan kompetitor abadinya malah turun 7,2 persen dari tahun lalu dengan total penjualan 3.136.073 unit, dengan pangsa pasar sebesar 39,1 persen.

Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia AISI, penjualan sepeda motor nasional 2012 turun 11,2 persen dibandingkan tahun sebelum 8,034 juta unit menjadi 7,141 juta unit.

Penurunan penjualan tahun lalu, memperbesar pangsa pasar Honda menjadi 57,31 persen dari tahun lalu hanya 53,1 persen. Yamaha menyusut lagi dari tahun lalu 39,1 persen menjadi 34,07 persen, Suzuki 6,52 persen, Kawasaki 1,84 persen dan TVS 0,26 persen.

Berikut ini adalah hasil penelitian Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia yang dimana penjualan sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Indonesia dalam tiga tahun terakhir, ditahun 2010 penjualan motor Yamaha Jupiter MX mencapai 243.863 unit, lalu tahun 2011 penjualan motor Yamaha Jupiter MX mencapai 248.794 unit, dan tahun 2012 penjualan Yamaha Jupiter MX mencapai 236.991 unit.

Berikut ini Tabel 1.2 adalah data persaingan dari berbagai merek sepeda motor nasional di Indonesia dalam tiga tahun terakhir :

Tabel 1.2

Tabel Persaingan dari berbagai merek sepeda motor Nasional dari Tahun 2010-2012

Data Penjualan Sepeda Motor Nasional					
Tahun 2010		Tahun 2011		Tahun 2012	
Merek	Unit	Merek	Unit	Merek	Unit
Yamaha Mio	1.547.234	Yamaha Mio Sporty	1.323.229	Honda BeAT	1.183.050
Honda Revo	904.205	Honda BeAT	1.033.928	Honda Vario 125	681.940
Honda Vario	722.856	Honda Absolute Revo	759.546	Yamaha Mio J Teen	402.799
Honda BeAT	699.609	Honda Vario Techno	632.788	Honda SupraX125	322.345
Honda Supra	634.126	Honda Supra X 125	582.797	Yamaha V-Ixion	320.444
Yamaha Jupiter	591.350	Yamaha Vega ZR	523.652	Yamaha Soul GT	294.775
Yamaha Vega	588.204	Yamaha Jupiter Z	341.493	Honda Vario 110 CW	282.715
Yamaha Jupiter MX	243.863	Yamaha Mio Soul	338.258	Honda BeAT PGM-FI	258.711
Yamaha V-ixion	215.321	Yamaha Jupiter MX All Series	310.098	Yamaha Vega Z	241.319
Honda Blade	156.492	Honda Blade 110R	273.624	Yamaha Jupiter MX	236.991

Sumber : AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia)

Dengan demikian penjualan motor Yamaha Jupiter MX yang mengalami penurunan mengindikasikan kualitas produk dan harga jual Yamaha Jupiter MX menurun. Hal ini jelas merupakan ancaman bagi Yamaha Jupiter MX dalam dominasinya di segmen motor Bebek di Indonesia, bahkan Yamaha Jupiter Z sangat diminatti oleh masyarakat dan Vega Z R sangat berpotensi menggeser posisi penjualan Yamaha Jupiter MX.

Menurut Analisa Motor Indonesia (AMI) ingin memberikan penilaian tentu penilaian ini berdasarkan pengalaman serta data riil dilapangan. Namun sebenarnya semua itu kembali lagi pada selera masing-masing konsumen.

Analisa pada desain produk sepeda motor Honda Blade, Honda Supra X, Yamaha Vega Z R dan Yamaha Jupiter MX memiliki desain dan keunikannya tersendiri namun menurut AMI konsumen lebih suka atau lebih tertarik pada desain

dari sepeda motor Honda Revo dan Yamaha Jupiter Z karena memiliki desain yang elegan dan cocok untuk yang ingin bergaya di jalan raya.

Analisa pada performa mesin yaitu semua motor bebek memiliki kemampuannya masing-masing mulai dari mesin yang 110cc sampai dengan 135cc, namun menurut AMI performa mesin yang lebih unggul yaitu pada sepeda motor Yamaha Jupiter MX karena memiliki kemampuan 135cc.

Analisa didalam penetapan harga yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan motor yang ada di Indonesia, harga yang ditawarkan sepeda motor Honda Blade, Honda Revo, dan Yamaha Vega Z R cenderung sangat murah dan juga sangat ramah lingkungan, dan harga yang diberikan oleh sepeda motor Honda Supra X dan Yamaha Jupiter Z juga masi terjangkau oleh konsumen dibandingkan dengan sepeda motor Yamaha Jupiter MX yang harganya selisih jauh dan bisa dibilang agak mahal.

Namun menurut AMI untuk masalah desain produk, performa, fitur dan keunggulan yang lain-lain yang diberikan oleh semua motor bebek yang ada di Indonesia sebenarnya tidak bisa dibandingkan karena semua motor bebek yang ada di Indonesia memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Tetapi kesimpulan pada Segmen Bebek, Honda Revo merupakan motor yang ideal sebagai standar minimal untuk sebuah kendaraan, namun semua keputusan tergantung pada selera konsumen.

Dalam hal ini penelitian mengenai faktor kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Surabaya nampaknya perlu dilakukan karena mengalami penurunan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul : “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA JUPITER MX DI SURABAYA”

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada pendahuluan, dapat ditarik beberapa rumusan masalah penelitian, antara lain:

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?
2. Apakah harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Jupiter MX di Surabaya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen dan menambah pembendaharaan kepustakaan Fakultas Ekonomi.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mengembangkan suatu pemikiran yang kritis dan lebih dewasa dalam menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan.